HWBKUMAHV

Kundenmappe

Voraussetzungen

- Führungskraft Verkauf oder Servcie
- Fachkraft Verkauf oder Service
- Learning Slide Digitale Kundenmappe erfolgreich absolviert

Organisation

Ort | Teilnahmegebühr
virtueller Raum | siehe myLearn

Dauer
1 Live Online Training (LOT) á 90 Min.

Voraussetzung für LOT:
ruhiger Arbeitsplatz mit PC (ggf. separater Raum) | stabile Internetverbindung | Headset

Trainingsinhalte

Die digitale Kundenmappe führt erstmals Informationen aus unterschiedlichen Quellsystemen des Herstellers und des Autohauses zusammen. Sie bietet eine schnelle und abteilungsübergreifende Übersicht zu jedem in Ihrem DMS gespeicherten Kund_innen.

Den größten Nutzen können Sie aus der Kundenmappe ziehen, indem Sie vor einem Kundenkontakt alle Informationen schnell erfassen und vernetzen. Folgend auf die Learning Slides haben Sie die Chance, über die zweite Stufe, das Live Online Training, wichtige Gesprächsanlässe zu erkennen und in Ihre Kundenkontakte einfließen zu lassen. Erfolgreich umgesetzt gelingt es Ihnen damit, sowohl die Beziehung zu Kund_innen zu stärken als auch vertriebsorientierte Potenziale zu heben. Ihr Ergebnis daraus ist eine win-win-Situation.

- **Step 1: Die Inhalte der Kundenmappe kennen und verstehen**
  Bearbeiten Sei den Selbstlernbaustein "Learning Slide Digitale Kundenmappe" direkt in myLearn unter folgendem Link
  (bitte beachten Sie hierbei, ein Direktlink zu myLearn funktioniert erst, wenn Sie bereits in myLearn eingeloggt sind!)
  Inhalte:
  - Wesentliche Informationen der Kundenmappe kennenlernen
  - Aufbau, Inhalte sowie Symbole und Kennzeichnungen in der Kundenmappe verstehen

- **Step 2: Informationen aus der Kundenmappe interpretieren und nutzen**
  Im Live Online Training lernen Sie folgende Inhalte:
  - Nutzung der vernetzten Daten für den_die Kund_in, für mich als Mitarbeiter_in und das Autohaus
  - Gesprächsthemen aus der Kundenmappe identifizieren und im Kundenkontakt anwenden
  - Prozesse der Datenqualität in den eigenen Autohaus Systemen (DMS, EVA etc.) bei Bedarf optimieren.
  - Verkaufschancen abteilungsübergreifend erkennen, nutzen und die Kundenzufriedenheit steigern.